

## Libro Iniciativa Emprendedora Harvard Business Review

*Se dice que el mundo es de los emprendedores. Y, en realidad, todos podemos serlo. Basta con vencer nuestra resistencia al cambio y tener el coraje de poner en marcha el proceso por el que se identifican oportunidades (que responden a necesidades del mercado), y, con el recurso a la innovación, se organiza la producción y distribución de productos que satisfacen esa nueva necesidad. En el fondo, se trata de ingeniárselas para descubrir algo que todos intuyen o quieren pero que no tienen conciencia exacta de cómo obtenerlo. Por eso no se necesita un don especial para emprender un negocio: es un proceso que se puede aprender y que se puede enseñar. Es lo que hace en este libro el profesor Pedro Nueno, quien, por medio de unas cartas imaginarias, analiza veinte casos (todos con base real, extraídos de años de experiencia) que son paradigmáticos en la carrera de todo emprendedor y en los que se discuten desde la identificación de una oportunidad, la evaluación y concreción de la misma, la elaboración de un business plan, la búsqueda de recursos, la fase intensiva de operaciones o el ajuste permanente del modelo a las circunstancias cambiantes del mercado, hasta la puesta en valor de la empresa por venta o salida a bolsa. Dado que la materia prima para emprender es la oportunidad, el fenómeno de la iniciativa emprendedora, ya sea creando una nueva empresa o proponiendo una nueva actividad dentro de una empresa establecida, va a experimentar, en los próximos años, un desarrollo espectacular.*

*Timely, practical, comprehensive manual for financing entrepreneurial ventures, with a strong European perspective.*

*Rodolfo Eduardo Biasca es un prestigioso especialista en temas de management. Revistas especializadas lo han calificado como uno de los gurues argentinos. Es el autor iberoamericano que mas ha escrito sobre temas de transformacion empresarial (15 libros).Estudio en Argentina, Estados Unidos, Europa y Japon y trabajo en 25 pafses. Ha tenido una intensa vida profesional: ha sido gerente y consultor en mas de 120 organizaciones, enseñ?ado en mas de 60 universidades y dirigido sociedades profesionales. Se lo ha distinguido con numerosos premios. .Vea detallada informaci?n sobre el autor en las paginas finales del libro.LAS MAYORES FORTALEZAS DEL e-LIBRO SON:EL e-LIBRO TIENE UN APENDICE EN INTERNET! El libro tiene por complemento un apendice en Internet, de uso opcional y gratuito. Se actualiza peri=dicamente. Es una gufa de estudio con preguntas, ejercicios, casos e informaci=n que permite una actualizaci=n permanente. Tiene novedades, vfnculos en Internet, videos, conferencias, reportajes. Incluye los nuevos articulos del autor y la posibilidad de conectarse con el por correo electronico.El lector puede participar en el foro.*

*Cuando se crea una empresa hay muchas inquietudes que se aproximan a nuestra mente: ¿La idea es viable? ¿Quiénes serán mis clientes? ¿Cuánto comprarán? ¿Qué precio he de poner a mis productos y/o servicios? ¿Qué costes? ¿Qué inversión? ¿Dónde? ¿Cuándo generará ingresos suficientes para cubrir los costes? ¿Seré el líder? ¿Crearé la empresa yo solo? ¿Qué identidad le damos? ¿Qué forma jurídica? ¿Qué decisiones he de tomar? ¿Sobre qué?... todo está en tu mente, pero sobre todos estos aspectos has de tener un criterio, un conocimiento. En este libro encontrarás respuestas. Hoy la creación de empresas es un objetivo para muchas personas. Y, es fácil, podemos crearla tras varios clics, puede crecer y mantenerse tras otros tantos clics, y lo que habíamos aprendido con esfuerzo anteriores generaciones ahora parece devenir inútil e innecesario; pero el conocimiento es importante y lo es en tanto que nos ha de ayudar a iniciarnos en lo ya sabido, a mejorar nuestras organizaciones y a llevarlas al mayor de los éxitos. Crear una empresa supone tener aptitudes, habilidades, capacidades y actitudes que vamos desarrollando a lo largo de nuestros días y que sorprendentemente nos llevan a ser nuestro propio jefe - jefa. La tarea es ardua pero con muchas recompensas. Necesitamos conocer cómo se gestiona una empresa –promover la creatividad, decidir, planificar, organizar, estudiar su viabilidad, trabajar la información, comunicar, dirigir y supervisar- y a todo ello dedicamos la primera parte de este libro. La segunda, a la puesta en marcha y funcionamiento de las decisiones estructurales, a solucionar preguntas acerca de nuestro nombre, forma jurídica, inversión, financiación, dimensión, crecimiento y localización-, y a las decisiones funcionales como aprovisionarnos, seleccionar a nuestro personal, decidir cómo producir y sus correspondientes costes, y cómo vender. El objetivo de este libro, Como crear y hacer funcionar una empresa, es plantear metodológicamente, todas las variables fundamentales para crear, poner en marcha y para que sobreviva una empresa. Índice: Introducción a la administración de empresas. Parte I: Creatividad e innovación. Las decisiones empresariales. Viabilidad de la empresa. Los sistemas de información. La planificación. La estructura. La dirección. El control. Parte II: Decisiones estructurales y sectoriales: Elección del nombre y forma jurídica. Decisiones de inversión. Decisiones financieras. Decisiones de dimensión y crecimiento. Decisiones de localización. Decisiones de aprovisionamiento.- Decisiones de personal.- Decisiones de producción y su valoración económica: los costes.- Decisiones comerciales.- Anexos. Bibliografía.*

*Empresa e iniciativa emprendedora 2022*

*Todo lo que necesitas saber para montar y hacer crecer tu empresa*

*Social Innovation and Social Entrepreneurship*

*Cómo innovar puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país*

*Running Virtual Meetings (HBR 20-Minute Manager Series)*

*Conceptos e Instrumentos*

*¿Cómo se prepara un business plan? ¿Qué modelos de negocio funcionan en la actualidad? ¿Cómo se redacta un resumen ejecutivo? ¿Cuál es el mejor momento para cambiar la sede física de tu empresa? Todas estas preguntas encuentran su respuesta en este libro especialmente creado para los emprendedores y donde se reúnen las mejores ideas y consejos de la revista Emprendedores en un único volumen. Diseñado y maquetado igual que esta revista líder en el sector, por primera vez encontrarástodo lo que necesita un emprendedor de forma clara y atractiva.*

*Cartas a un joven emprendedorGrupo Planeta (GBS)*

*El saber de las mejores escuelas de negocios al alcance de cualquiera Este tercer volumen de la colección Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo, con material totalmente novedoso y adaptada al cambiante escenario actual, ha sido concebido sobre la base de un intenso trabajo de selección de contenidos, autores y expertos en sus materias. El grupo elegido incorpora académicos que representan a los más reputados programas de MBA y posgrado del mundo (profesores de Harvard Business School, McGill University, IESE Business School, Executive Business School, UCLA Anderson School of Management, Wharton School, IMD Business School y la MIT School of Business, entre otras escuelas de negocio). De la mano de personalidades como Robert S. Kaplan y Henry Mintzberg usted podrá aprender, entre otras cosas:
• La práctica del desarrollo directivo
• Todas las claves de la estrategia y dirección estratégica
• Los modelos más actuales de la gestión del cambio
• La reducción de los ciclos de pedido: producción y adquisición para emprender, crecer y triunfar
• La transición de la responsabilidad social corporativa a la corporate sustainability management
• Cómo avanzar hacia la ética de los negocios*

*Configuración de la empresa; Las decisiones empresariales; Viabilidad de la empresa; Los sistemas de información de la empresa; La planificación en la empresa; Estructura, dirección y control de la empresa; Decisiones estructurales y sectoriales; Decisiones funcionales.*

*Emails a un joven emprendedor : claves para tiempo de cambio*

*¿Somos malas madres?*

*Emprender tu marca personal*

*Handbook of Research on Family Business*

*Monografías*

*Guía para auditar el sistema innovador de la empresa revisando el caso de elBulli y los modelos más útiles*

*Con un entorno que cambia a un ritmo cada vez más acelerado, el nivel de incertidumbre que rodea tanto a las empresas ya establecidas como a las de nueva creación es muy elevado. Sin embargo, la revolución digital ha provocado el afloramiento de oportunidades para la creación de productos o servicios basados en nuevos modelos de negocio. La solución a la que recurren es la innovación. Pero, ¿cómo es posible crear nuevos modelos de negocio en este contexto? La metodología Lean Startup que, en palabras de su creador Eric Ries, permite crear el producto que el cliente necesita y por el que está dispuesto a pagar, usando la cantidad mínima de recursos, ofrece un marco que posibilita la gestión de la incertidumbre y la validación de una idea de negocio minimizando el riesgo y los recursos invertidos, convirtiéndose en una mentalidad, en una filosofía. Esta obra es una guía de la metodología Lean Startup, fruto de años de experiencias compartidas, donde se cubren tanto los aspectos básicos de la misma como los elementos clave a tener en cuenta en su aplicación práctica y que tiene como finalidad:
\* Ayudar a los emprendedores a lanzar sus ideas de negocio, validando la viabilidad de su modelo antes de dar el salto hacia la creación de una empresa.
\* Fomentar la innovación corporativa a través del talento intraemprendedor, cuya vocación es impulsar y transformar sus empresas.
\* Ofrecer una guía para aquellos formadores que transmiten sus conocimientos y experiencia a quienes están interesados en aprender y desarrollar las prácticas del emprendimiento en el medio universitario, en aceleradoras de empresa, en parques tecnológico, en labs, en centros de emprendimiento gubernamentales y cualquier otro tipo de iniciativa emprendedora.*

*Si eres un profesional con experiencia, te sientes poco motivado en tu trabajo, crees que las cosas se pueden hacer de otra manera, te ves desaprovechado, y estás convencido que pierdes el tiempo: hazte emprendedor. Óscar Sánchez es un emprendedor experimentado que te quiere ayudar a dar el paso. Él trabajó por cuenta ajena y, cuando fundó su propia empresa, se dio cuenta de que el desarrollo de su proyecto le dio la felicidad, tiempo para sí y los suyos, y unos mayores ingresos. Desde entonces, su mayor ilusión es compartir su optimismo a través del fomento de la iniciativa. En las páginas de este libro te da las pautas para orientar tu idea, propone ejemplos de negocios a emprender y aporta entrevistas y testimonios de emprendedores que se han salido con la suya. ¡Vaya, cualquiera se resiste a una nueva vida más plena! Inspírate en las ideas de negocio; trucos y consejos para crear tu empresa; formas de rentabilizar tu proyecto; y las experiencias de los que ya han emprendido.*

*Tras muchos años de cierto inmovilismo o lento progreso, los consejos de administración se han convertido en un órgano clave en la gestión de las empresas. Cambios legislativos en todo el mundo, incremento de la responsabilidad de los consejeros y profundas modificaciones en el entorno empresarial (globalización, digitalización, relevancia de nuevos mercados como China, India, Latinoamérica o África) exigen una seria reconsideración del gobierno de la empresa. Los consejos deberán avanzar hacia una mayor profesionalización para conseguir una buena dinámica que garantice el óptimo cumplimiento de sus responsabilidades. Para ello, muchos de sus aspectos principales -tales como la organización, composición, duración, compensación de los miembros, etc.- deben sufrir una profunda revisión. En El consejo 2020 encontrarás la base y la guía práctica necesaria para este proceso de mejora del consejo de administración, que utiliza el humor y casos reales como ayuda para reforzar algunos puntos clave en este proceso.*

*Social entrepreneurship and social innovation both seek to improve the world through social change. Whereas social entrepreneurship revolves around the business side of change, social innovation focuses on the processes through which that change is generated. This textbook provides a comprehensive analysis of both topics, covering all the characteristics and elements of social innovation and social entrepreneurship, from a conceptual and practical perspective. The book has four sections: 1) Basics and concepts of Social Innovation and Social Entrepreneurship; 2) Business models and generation of value in social enterprises; 3) Social innovation within traditional companies, and 4) Definition and alignment of the impact of social innovation and entrepreneurship. Students and any practitioners that want to know about social innovation or social entrepreneurship will be exposed to contemporary topics in the field as well as a variety of cases and tools for its development. With its learning objectives, reflective questions, the definition of key concepts, and exercises, this book is the definitive text for advanced undergraduate and graduate courses in social innovation and social entrepreneurship.*

*Live Your Startup Dream Without Quitting Your Day Job*

*Expansión*

*Brand Desire*

*Fundamentos en la dirección de la empresa familiar*

*Hazte rico siendo emprendedor*

*El libro "Negocio Electrónico" trata fundamentalmente de la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información, especialmente de Internet, y las Comunicaciones a la gestión empresarial y más en concreto a su aplicación en el negocio electrónico.*

*Una guía fundamental para los directivos y empresarios que quieren impulsar la innovación de su organización. En tiempos de incertidumbre como los que estamos viviendo, directivos y empresarios se enfrentan al reto de innovar y transformar sus organizaciones, y para ello es necesario explorar nuevos caminos y contar con herramientas realmente eficaces. El restaurante elBulli y Ferran Adrià son un referente mundial en creatividad, y Marcel Planellas ha estudiado sus procesos de innovación hasta convertirlos en una metodología útil y práctica de aplicación en cualquier proyecto profesional o empresarial. El libro rojo de la innovación no es un libro blanco de análisis, ni un libro azul de propuesta, es un libro rojo para pasar a la acción, para ayudarles a impulsar la innovación de sus empresas y prepararlas para los retos del futuro. «Este libro rojo es una invitación para pasar a la acción, para lanzarte a realizar la Auditoría de la Innovación de tu empresa. ¡Al ataque!». Ferran Adrià, elBullifoundation Reseñas: «Siempre he admirado la capacidad de Ferran Adrià para innovar e inspirar. En este libro Marcel Planellas hace un análisis 360o del caso de elBulli y nos muestra cómo aplicar la Auditoría de la Innovación, una herramienta para que todos podamos innovar en nuestras organizaciones». José Andrés, Chef y fundador de la ONG World Central Kitchen. «El profesor Marcel Planellas y Ferran Adrià han elaborado un brillante manifiesto de la innovación. Aquí está todo: métodos, modelos, cultura, creatividad y pasión, deliciosamente ilustrado y claramente explicado». Henry Chesbrough, Profesor de la Universidad de Berkeley «Cualquier empresa, grande o pequeña, que utilice la Auditoría de la Innovación puede mejorar la eficiencia, la eficacia y los resultados». Michelle Greenwald, ex vicepresidenta senior de Disney y consultora. «Este es un libro diferente de los tradicionales manuales de gestión. Marcel Planellas entrelaza tres libros en uno, con una muy útil sorpresa final». Koldo Echebarria, Director General de ESADE*

*Trust Creating the Foundation for Entrepreneurship in Developing Countries Entrepreneurial ventures often fail in the developing world because of the lack of something taken for granted in the developed world: trust. Over centuries the developed world has built up customs and institutions like enforceable contracts, an impartial legal system, credible regulatory bodies, even unofficial but respected sources of information like Yelp or Consumer Reports that have created a high level of what scholar and entrepreneur Tarun Khanna calls “ambient trust.” If a product is FDA-approved we feel confident it's safe. If someone makes an untrue claim or breaks an agreement we can sue. Police don't demand bribes to do their jobs. Certainly there are exceptions, but when brought to light they provoke a scandal, not a shrug. This is not the case in the developing world. But rather than become casualties of mistrust, Khanna shows that smart entrepreneurs adopt the mindset that, like it or not, it's up to them to weave their own independent web of trust—with their employees, their partners, their clients, their customers and with society as a whole. This can certainly be challenging, and requires innovative approaches in places where the level of societal mistrust is so high that, as in one example Khanna provides, an official certification of quality simply arouses suspicion—and lowers sales! Using vivid examples from Brazil, China, India, Mexico and elsewhere, Khanna shows how entrepreneurs can build on existing customs and practices instead of trying to push against them. He highlights the role new technologies can play (but cautions that these are not panaceas), and explains how entrepreneurs can find dependable partners in national and local governments to create impact at scale. As far back as the 18th century Adam Smith recognized trust as what Khanna calls “the hidden engine of economic progress.” “Frankness and openness conciliate confidence,” Smith wrote. “We trust the man who seems willing to trust us.” That kind of confidence is critical to entrepreneurial success, but in the developing world entrepreneurs have to establish it through their own efforts. As Khanna puts it, “the entrepreneur must not just create, she must create the conditions to create.”*

*Análisis y propuestas de los cambios que el emprendedorismo puede generar en la política económica y social de la Argentina.*

*El Desafío De La Colaboracion/ The Colaboration Challenge*

*Creating the Foundation for Entrepreneurship in Developing Countries*

*Cómo crear y hacer funcionar una empresa*

*Entrepreneurial Finance*

*Iniciativa social como estrategia competitiva*

*una guía práctica*

*"What if there was a way to combine the stability of a day job with the excitement of a startup? All of the benefits of entrepreneurship with none of the pitfalls? In the 10% Entrepreneur, Patrick McGinnis show you how, by investing just 10% of your time and resources, you can become an entrepreneur without losing a steady paycheck."-- front flap ¿Qué es H2PaC? El modelo H2PAC resuelve propuestas clave a partir de ACTIVIDADES. Esta forma de aprendizaje parte de un RETO: la actividad que deberás resolver. Para ello te facilitamos un contenido teórico, EL CONOCIMIENTO IMPRESCINDIBLE, que te ayudará a entender los conceptos esenciales para poder afrontar el desafío planteado inicialmente. Además del contenido teórico, el modelo también te facilita LAS SOLUCIONES, una propuesta de resolución del reto expuesto. Con este libro obtendrás las claves para entender el concepto de crowdfunding. Algunas de las preguntas a las que podrás dar respuesta tras la lectura de este libro son: ¿Qué se entiende por crowdfunding? ¿Y por gobierno corporativo? ¿Cómo el crowdfunding puede afectar al gobierno corporativo? ¿Se puede utilizar el crowdfunding en todo tipo de organización?*

*1. El emprendedor 2. La empresa y su entorno 3. La idea emprendedora. El modelo Canvas 4. Lean Startup y plan de marketing 5. La forma jurídica de la empresa 6. Plan de recursos humanos 7. Producción y análisis de costes 8. La contabilidad financiera 9. Plan de inversiones y plan de financiación 10. Análisis de viabilidad económico-financiera*

*11. Trámites de constitución 12. Gestión fiscal 13. Gestión administrativa 14. Guía para el proyecto de empresa*

*Eight essays by experts in the field cover topics such as how to write a business plan, finance, and the use of technology*

## Negocio Electrónico

### Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo

### El libro para las madres que trabajan dentro y fuera de casa

### ¡Estás desaprovechado!

### How to Create Consumer Involvement and Inspiration

### Harvard Business Review on Entrepreneurship

Emprendiendo hacia el 2020 es un vibrante análisis en profundidad del proceso de creación de empresas, que se aborda de forma muy amena y agradable desde una perspectiva humana y realista. El pensamiento económico de Pedro Nueno se encuadra en la escuela de Harvard y del IESE y está contrastado por su amplia experiencia profesional como asesor de la más alta dirección de empresas e instituciones internacionales. Nueno ofrece una visión profesional, moderna y apasionante de lo que él mismo define como "el arte de crear empresas y sus artistas", salpicada de abundantes análisis de casos reales. En estas páginas el lector encontrará una descripción del ciclo vital de la empresa, que comprende una fase prenatal (con elaboración de un buen proyecto de empresa o business plan, la previsión de su éxito y los criterios para valorar su potencial), una fase de nacimiento (que aborda las cuestiones de la financiación y cómo conseguirla, los viveros de empresas, las subvenciones oficiales, etc.) y una fase postnatal (cuando la empresa demuestra que ya puede funcionar por sí sola y el emprendedor debe concentrarse en planificar una estrategia de crecimiento)

Técnicas de marketing y autoconocimiento para crear tu propia marca. Este libro describe el proceso para emprender tu marca personal desde el análisis interior. De este modo, tu imagen, siendo siempre honesta y profesional, será visible y alcanzable para cualquier empresa potencial que necesite de tus cualidades. O, por otro lado, si quieres crear tu propio empleo o tu propia empresa, con la ayuda de tu marca personal, conseguirás diferenciarte del resto de profesionales ya existentes, atrayendo hacia ti los clientes más adecuados acorde con tus valores.

"¿Por qué no escribes las cosas que te han gustado leer y que ayudan a formar directivos y líderes? Aquellas que, además, ayudan a ser mejores personas." Esta frase, con la que empieza la presentación del libro Libroterapia, de Jordi Nadal, así como la de Isabel Allende, "He vivido con pasión y prisa, tratando de lograr demasiadas cosas. ¿Qué sentido tiene la experiencia, el saber o el talento, si no los doy, tener historias si no las cuento a los demás?", son los dos motores a partir de los cuales el autor se inspiró para escribir este libro de enseñanzas y reflexiones sobre el liderazgo, difícil asunto sobre el que ha reflexionado y ha vivido en carne propia durante más de cincuenta años. Después de haber presidido y liderado aventuras, proyectos, negocios, empresas, partidos, asociaciones, federaciones, confederaciones, colegios profesionales y consejos nacionales, al sobrepasar los setenta años Gerard Duelo sabe que lo que cuenta en la vida no es el mero hecho de haber vivido, sino los cambios que provocamos en las vidas de los demás. Esto es lo que realmente determina el significado de la nuestra. Este pensamiento le ha llevado a repasar sus numerosas y apasionantes experiencias "He escrito este libro movido por lo que sobre las bases y las claves del liderazgo.

. . . this Handbook is a good example . . . for those interested in giving a more articulated and solid flavour to their research. Andrea Colli, Business History The authors have taken a lot of pain in putting this Handbook together. As the name indicates, this is an excellent Handbook for researchers. Global Business Review The Handbook of Research on Family Business has collected and synthesized a broad variety of topics by notable researchers who share a common dedication to family business research. This Handbook provides a comprehensive treatment that advances the frontiers of knowledge in family business, provoking valuable thoughts and discussion. The Handbook serves as both an authoritative and comprehensive reference work for researchers investigating family enterprises. A. Bakr Ibrahim, Concordia University, Montreal, Canada Although family business research is a young discipline it is both necessary and important. For the wellbeing and future development of our society the survival of prosperous and passionate family business entrepreneurs is indispensable. In order to help the families in business to better understand how to succeed with their enterprises we need qualified and updated research. This book is the answer! Hans-Jacob Bonnier, Bonnier Business Press Group, Sweden and 6th Generation Chairman of the Family Business Network International This Handbook is a unique compilation of the most important and the best recent family business research. The field has grown so rapidly that this effort will be a mark for the research to follow. The Handbook of Research on Family Business will be the reference for scholars in family business for many years to come. It will also stimulate new ideas in research. John L. Ward, IMD, Switzerland and Northwestern University, US The Handbook of Research on Family Business provides a comprehensive first port of call for those wishing to survey progress in the theory and practice of family business research. In response to the extensive growth of family business as a topic of academic inquiry, the principal objective of the Handbook is to provide an authoritative and scholarly overview of current thinking in this multidisciplinary field. The contributors examine recent advances in the study of family business, which has undertaken significant strides in terms of theory building, empirical rigour, development of sophisticated survey instruments, systematic measurement of family business activity, use of alternative research methodologies and deployment of robust tools of analysis.

A wide selection of empirical studies addressing the current family business research agenda are presented, and issues and topics explored include: validation of the protagonist role that family firms play in social-economic spheres; operational and definitional issues surrounding what constitutes a family business; historical development of the field of family business; methodologies encompassing micro and macro perspectives; challenges to the orthodox microeconomic view of homo-economicus firms by highlighting the virtues of family influence and social capital. Comprising contributions from leading researchers credited with shaping the family business agenda, this Handbook will prove an invaluable reference tool for students, researchers, academics and practitioners involved with the family business arena.

Emprendiendo hacia el 2020

Argentina emprendedora

emprendedor, empresa y familia

Lecciones Extraídas de Empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamér

The Future of Leadership Development

The Art and Science of Growing Ventures

*Desire is big business. If companies can create true desirability for their brands, customers will not only express preference and loyalty, they also show a willingness to act as brand champions, participate in online communities, co-create innovative ideas, and show the sort of commitment that is normally associated with fervent employees. However, desire doesn't just happen. Brands need to nurture it by offering both security and surprise. This isn't just about marketing, but rather a reflection of an organization-wide culture and perspective. Using international case studies, Brand Desire explains how companies can engage customers emotionally and create value for them. Managers can successfully build and maintain brand desire through specific strategies and tools, such as:*

- promoting a principles-driven organization that is grounded in its heritage and distinctive competences;*
- creating a supportive culture that encourages the active participation of people in brand development;*
- providing an opportunity for people to communicate more with each other and to encourage socialization through communities and events; and*
- offering outstanding experiences: being consistent in delivery, from first communications through to after-sales service and support. In a crowded sales environment, brand desire can elevate any product or service so that it stands out from the crowd – and stays there. Brand Desire demonstrates how desirable brands are about desirable experiences, and shows what companies can do to maximize those experiences for their customers.*

*Este texto intenta dar muchas respuestas, pero también plantea preguntas como:*

- ¿Sobreviven más las empresas cuyos fundadores han sido visionarios, las que han sido creadas a través de un plan o las que se han desarrollado por el trabajo del día a día?*
- ¿Lo más difícil cuando creamos una empresa es tener una buena idea, saber gestionarla o tomar decisiones respecto a su progreso?*
- ¿Puede ser viable cualquier idea que pretendamos desarrollar?*
- ¿Cuándo presenta nuestro proyecto su madurez?*

Hoy la creación de empresas es un objetivo para muchas personas. Y, es fácil, podemos crearla tras varios clics, puede crecer y mantenerse tras otros tantos clics, y lo que habíamos aprendido con esfuerzo anteriores generaciones ahora parece devenir inútil e innecesario; pero el conocimiento es importante y lo es en tanto que nos ha de ayudar a iniciarnos en lo ya sabido, a mejorar nuestras organizaciones y a llevarlas al mayor de los éxitos. Crear una empresa supone tener aptitudes, habilidades, capacidades y actitudes que vamos desarrollando a lo largo de nuestros días y que sorprendentemente nos llevan a ser nuestro propio jefe - jefa. La tarea es ardua pero con muchas recompensas. Necesitamos conocer cómo se gestiona una empresa –promover la creatividad, decidir, planificar, organizar, estudiar su viabilidad, trabajar la información, comunicar, dirigir y supervisar- y a todo ello dedicamos la primera parte de este libro. La segunda, a la puesta en marcha y funcionamiento de las decisiones estructurales, a solucionar preguntas acerca de nuestro nombre, forma jurídica, inversión, financiación, dimensión, crecimiento y localización-, y a las decisiones funcionales como aprovisionarnos, seleccionar a nuestro personal, decidir cómo producir y sus correspondientes costes, y cómo vender. El objetivo de este libro, Como crear y hacer funcionar una empresa, es plantear metodológicamente, todas las variables fundamentales para crear, poner en marcha y para que sobreviva una empresa. Autores: Ma Angeles Gil Estallo, profesora titular de la Universidad Pompeu Fabra, posee amplia experiencia en la creación y dirección de organizaciones públicas, privadas, grupos de docencia e investigación. Fernando Giner de la Fuente, doctor y profesor en la Universidad de Alcalá de Henares, labor que compagina con la consultoría. Índice: Introducción a la administración de empresas. Creatividad e innovación. Las decisiones empresariales. Viabilidad de la empresa. Los sistemas de información. La estructura. La dirección. El control. Elección del nombre y forma jurídica. Decisiones de inversión. Decisiones financieras. Decisiones de dimensión y crecimiento. Decisiones de localización...

*Desde que nacieron mis hijos, he vivido muchos años con el remordimiento de ser una mala madre. Pensando en mis hijos cuando estaba en el trabajo y pensando en el trabajo cuando estaba con mis hijos. Sintiéndome siempre culpable. Sin embargo, existen numerosos estudios científicos que demuestran el impacto positivo que tienen las madres trabajadoras sobre sus hijos. Y me gustaría que lo conocieran todas las madres que se sienten como me sentía yo cuando empecé a compatibilizar maternidad y trabajo. Descubre todo que le aportas a tu hij@. Trabajar fuera de casa, tiene un impacto muy positivo dentro.*

*From crackly conference lines to pixelated video, virtual meetings can be problematic. But you can host a productive conversation in which everyone participates. Running Virtual Meetings takes you through the basics of: Selecting the right virtual venue Giving participants the information and support they need to connect and contribute Establishing and enforcing a common meeting etiquette Following up from afar Don't have much time? Get up to speed fast on the most essential business skills with HBR's 20-Minute Manager series. Whether you need a crash course or a brief refresher, each book in the series is a concise, practical primer that will help you brush up on a key management topic. Advice you can quickly read and apply, for ambitious professionals and aspiring executives--from the most trusted source in business. Also available as an ebook.*

*Influence and Persuasion (HBR Emotional Intelligence Series)*

*Lo que he aprendido del liderazgo*

*Técnicas de marketing y autoconocimiento para crear tu propia marca*

*Gestín De Cambio*

*Creating Business Plans (HBR 20-Minute Manager Series)*

*El libro de los emprendedores*

***The current financial crisis highlights the need to rethink business leadership and the role of business schools in helping firms develop the leaders of the future. This book brings together the perspectives of deans of top international business schools, and the views of CEOs and senior business leaders.***

***A well-crafted business plan generates enthusiasm for your idea and boosts your odds of success--whether you're proposing a new initiative within your organization or starting an entirely new company. Creating Business Plans quickly walks you through the basics. You'll learn to: Present your idea clearly Develop sound financial plans Project risks--and rewards Anticipate and address your audience's concerns Don't have much time? Get up to speed fast on the most essential business skills with HBR's 20-Minute Manager series. Whether you need a crash course or a brief refresher, each book in the series is a concise, practical primer that will help you brush up on a key management topic. Advice you can quickly read and apply, for ambitious professionals and aspiring executives--from the most trusted source in business. Also available as an ebook.***

***Changing hearts is an important part of changing minds. Research shows that appealing to human emotion can help you make your case and build your authority as a leader. This book highlights that research and shows you how to act on it, presenting both comprehensive frameworks for developing influence and small, simple tactics you can use to convince others every day. This volume includes the work of: Nick Morgan Robert Cialdini Linda A. Hill Nancy Duarte This collection of articles includes "Understand the Four Components of Influence," by Nick Morgan; "Harnessing the Science of Persuasion," by Robert Cialdini; "Three Things Managers Should Be Doing Every Day," by Linda A. Hill and Kent Lineback; "Learning Charisma," by John Antonakis, Marika Fenley, and Sue Liechti; "To Win People Over, Speak to Their Wants and Needs," by Nancy Duarte; "Storytelling That Moves People," an interview with Robert McKee by Bronwyn Fryer; "The Surprising Persuasiveness of a Sticky Note," by Kevin Hogan; and "When to Sell with Facts and Figures, and When to Appeal to Emotions," by Michael D. Harris. How to be human at work. The HBR Emotional Intelligence Series features smart, essential reading on the human side of professional life from the pages of Harvard Business Review. Each book in the series offers proven research showing how our emotions impact our work lives, practical advice for managing difficult people and situations, and inspiring essays on what it means to tend to our emotional well-being at work. Uplifting and practical, these books describe the social skills that are critical for ambitious professionals to master.***

***El libro rojo de la innovación (con introducción de Ferran Adrià)***

***Lean Startup***

***El consejo 2020***

***Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas***

***The 10% Entrepreneur***

***El Modelo Biasca: Organizational Improvement And Change***